

Лазарова Алина Заурбековна, магистрант,
Санкт-Петербургский институт (филиал)
ВГУЮ (РПА Минюста России), г. Санкт-Петербург

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОГОВОРА КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ В РОССИИ

Аннотация: в статье рассматриваются отдельные вопросы истории развития договора коммерческой концессии в России и договора франчайзинга в США.

Ключевые слова: договор коммерческой концессии, договор франчайзинга, франчайзер, франчайзи, российская правовая система.

Договор коммерческой концессии или как его часто называют в предпринимательской среде – договор франчайзинга, достаточно новая конструкция для российского законодательства. Развитие данного договора в России можно отнести к середине 90-х годов прошлого века, с переходом от централизованного планирования к рыночной экономике, снижением государственного вмешательства в производство и распределение товаров, работ и услуг, появились первые предпосылки к зарождению бизнеса, что в свою очередь обусловило зарождение правоотношений, которые по сей день используются на российском рынке.

Раскрывая вопрос появления и развития договора коммерческой концессии в Российской правовой системе, следует в первую очередь разобраться в корневых истоках зарождения, необходимо выяснить исторические аспекты, определить тот временной отрезок, когда предприниматели осознали необходимость создания подобной договорной конструкции. Данный вид правоотношений принесен в нашу страну из правовых систем иностранных государств, к числу которых относятся Соединенные Штаты Америки (далее – США), а также Великобритании.

Родиной Франчайзинга, как формы бизнеса принято считать США. Современное значение понятия «франчайзинг» (franchising) появилось в США, однако, широкое употребление он приобрел также во многих других странах. В конце 19 века в США появились первые формы франчайзинга, хотя сам термин на тот момент еще не использовался. Американская корпорация – Зингер (Singer Corporation) стала одной из первых примеров использования прототипа современной франчайзинговой системы. Она имела массовое серийное производство швейных машин, вместе с тем, начиная с 1851 года фирма Исаака Зингера, производителя швейных машин и другой бытовой техники, начала заключать письменные договоры с дистрибьютерами о передаче исключительных прав на продажу и ремонт своих швейных машин. Такие договоры являлись неким аналогом договора франчайзинга. Представителям франчайзи разрешалось действовать только на строго оговоренной части территории США. В качестве франчайзи выступали финансово независимые компании, которым передавались исключительные права реализовывать и обслуживать фирменную продукцию Зингера. Это положило начало первой франчайзинговой системе, которая по своей сути была как действующее дистрибьюторское соглашение с дополнительными обязанностями франчайзи (дилера) обслуживать машины.

Одной из самых первых и, пожалуй, одной из самых развитых стран в сфере франчайзинга принято считать США. Отчасти это было обусловлено принятием в 1946 г. закона «О товарных знаках». Это позволило одним компаниям пользоваться товарным знаком других компаний. Своего рода, это стало толчком к быстрому развитию бизнеса и получению сверхприбыли. Стоит сказать, что свое развитие классическая форма такого франчайзинга



получила в середине 20 века в сфере фаст-фуда. Такие компании, как McDonald's и KFC разработали успешные бизнес-модели, предоставляющие право на использование своих торговых марок и бизнес-процессов франчайзи, основатели сетей быстрого питания не просто передавали результаты интеллектуальной деятельности и товарный знак, но и структурированный бизнес-процесс построения сети быстрого питания. Это делалось с целью расширения компаний McDonald's и KFC в глобальном масштабе. В последующие десятилетия франчайзинг продолжил свое развитие в различных отраслях, включая розничную торговлю, услуги, образование и другие. Сегодня франчайзинг в США является широко распространенной формой предпринимательства и способом расширения бизнеса.

Если обратиться к российским временам, а точнее к советским, то следует отметить, что дефиниции «коммерческая концессия» не существовало. Это обусловлено политическим строем советского союза, правовая система того времени не предусматривала распространение такого типа ведения бизнеса.

Новый виток развития современного российского гражданского законодательства произошел в 1996 г., именно в этот период в Гражданском кодексе Российской Федерации (далее – ГК РФ), а именно в главе 54 появились первые положения содержащие нормы о договоре коммерческой концессии. Сама работа над данной главой началась еще в 1990-х годах. Как упоминалось выше, из-за политического строя Советского союза, практики использования договора коммерческой концессии на территории РФ не существовало. Вместе с тем нормативная база в отношении договора коммерческой концессии отнюдь не являлась катализатором активного развития экономики России, которая ударными темпами двигалась вперед после распада СССР. В июне 1996 года Роспатент зарегистрировал первый договор коммерческой концессии. В этот же период была создана Российская Ассоциация Франчайзинга, которая по сей день занимается развитием и улучшением договора франчайзинга на Российском рынке. Необходимо отметить, что на сегодняшний день в Российской Федерации отсутствует законодательно закреплённое понятие франчайзинга. В 2014 году были предприняты попытки узаконить данный термин. В Государственную Думу Российской Федерации был подан на рассмотрение Федеральный закон «О франчайзинге», однако в конечном итоге он был отклонен в связи с недоработками.

Углубляясь в 54 главу ГК РФ, стоит сказать, что она неоднократно изменялась в виду несовершенств, это послужило недоверием со стороны предпринимателей к данной главе, что отразилось на минимизации заключения данного договора. Зачастую, субъекты строили работу в обход положений главы 54 ГК РФ, опираясь на нормы о предоставлении права использования на отдельные объекты интеллектуальной собственности и общие положения ГК РФ о перепродаже товаров и услуг [6, с. 166].

Необходимо понимать, что разработка норм, содержащихся в главе 54 ГК РФ, велась в конце прошлого века, когда ещё отсутствовала какая-либо отечественная практика франчайзинга. Лишь по мере развития рыночных отношений выяснилось, что ряд запретительных статей этой главы препятствует формированию франчайзинговых сетей в России.

Действительно, в главе 54 ГК РФ имели место различные ограничения в отношении прав сторон договора, очевидным образом не способствовавшие использованию коммерческой концессии как отвечающей всем современным требованиям договорной конструкции в ходе предпринимательской деятельности. В частности, не имели аналогов в мировой практике франчайзинга и положения, касающиеся правила о том, что пользователь, надлежащим образом исполняющий свои обязанности, имеет по истечении срока договора коммерческой концессии право на заключение договора на новый срок на условиях, предусмотренных предыдущим договором.



В целях улучшения и стабильности предпринимательских отношений того времени, возникла острая необходимость привести отечественное законодательство в соответствие. Подобного рода изменения проводились неоднократно: в 2006, 2011 и 2014 годах.

2006 году произошли изменения в предмете договора. Расширились объекты, предоставление которых допустимо по договору коммерческой концессии. В частности, были закреплены такие объекты, как коммерческое обозначение и ноу-хау (секрет производства), в то время как из перечня допустимых объектов было изъято фирменное наименование. Последнее, как видится, было обусловлено изменением понимания его юридической природы. В этом же году была добавлена норма о применении к договору правил раздела VII Кодекса о лицензионном договоре [3].

Следующие изменения в главу вносились в 2011 году. Как уже было сказано, право пользователя на заключение нового договора с правообладателем по истечении срока предыдущего договора на тех же условиях, закрепленное ранее в ст. 1035 ГК РФ, было отменено. Устанавливалось, что при заключении договора коммерческой концессии на новый срок условия договора могут быть изменены по соглашению сторон [2].

В этом же году произошли существенные изменения в некоторых статьях. Так, в статье 1030 ГК РФ, законодатель ввел разрешение одновременно использовать в договоре начального взноса и периодических платежей. В 1033 ГК РФ тоже были внесены корректировки. Отныне, договором коммерческой концессии могли быть предусмотрены следующие ограничения прав сторон по этой сделке: обязательство правообладателя не предоставлять другим лицам аналогичные комплексы исключительных прав для их использования на закрепленной за пользователем территории либо воздерживаться от собственной аналогичной деятельности на этой территории; обязательство пользователя продавать товары, выполнять работы или оказывать услуги исключительно в пределах определенной территории и т.п.

Видится, что законодатель взял курс на улучшение отношений обеих сторон при договоре коммерческой концессии. Своего рода, это повлияло на развитие правоотношений по данному договору.

Дальнейшие изменения вносились в ГК РФ лишь в 2014 году [1]. Но как верно отмечает В. В. Витрянский, этим законом были введены весьма незначительные изменения (п. 2 ст. 1028 и п. 2 ст. 1031), имеющие чисто редакционный характер [4, с.140].

На сегодняшний день среди учёных ведутся активные споры относительно создания специального закона, который бы регулировал коммерческую концессию. Сторонники его принятия мотивируют свою точку зрения тем, что глава 54 ГК РФ не справляется с существующими отношениям и не отвечает ее реалиям [5, с.52].

Стоит сказать, что несмотря на активный рост договора коммерческой концессии в России, процесс реформирования еще не закончен, данный договор нуждается в доработках. Необходимо взять курс на дальнейшее усовершенствование положений 54 главы ГК РФ, касающихся договора коммерческой концессии, их стандартизации в соответствии с существующими представлениями о франчайзинге как в России, так и зарубежных странах.

Список литературы:

1. О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации, и отдельные законодательные акты Российской Федерации: федер. закон от 12 март. 2014 г. № 35-ФЗ // КонсультантПлюс: справ. правовая система. Версия Проф. М., 2021. Режим доступа: локальная сеть Науч. б-ки Том. гос. ун-та;



2. О внесении изменений в часть вторую Гражданского кодекса Российской Федерации: федер. закон от 18 июл. 2011 г. № 216-ФЗ // КонсультантПлюс: справ. правовая система. Версия Проф. М., 2021. Режим доступа: локальная сеть Науч. б-ки Том. гос. ун-та;

3. О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации: федер. закон от 18 дек. 2006 г. № 231-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // КонсультантПлюс: справ. правовая система. Версия Проф. М., 2021. Режим доступа: локальная сеть Науч. б-ки Том. гос. ун-та;

4. Витрянский В. В. Реформа российского гражданского законодательства: промежуточные итоги. 2-е изд., испр. и доп. М.: Статут, 2018. С. 140.

5. Кулеева И. Ю. Теоретические и практические проблемы соотношения договора коммерческой концессии и франчайзинга // Современное право. 2021. № 2. С. 52.

6. Сюняев И. Р. История становления института коммерческой концессии // Общество: политика, экономика, право. 2016. № 11. С. 166.

